

Los años sesenta fueron testigo de grandes cambios y replanteamiento de valores de muchos aspectos de la vida que produjeron un profundo impacto en el diseño.

El pop se expresaba en un lenguaje que se destacaba por su ironía y su relación con la cultura popular.

Muchos diseñadores buscaron en él colores, motivos y sobre todo una actitud de rebeldía ante el movimiento moderno.

● INFLUENCIAS DEL POP EN EL DISEÑO INDUSTRIAL

Si bien el estilo como la ideología del movimiento moderno gozaron de gran favor a lo largo de los 60, surgió una reacción apasionada y muy persuasiva contra éste. El ideal de los primeros diseñadores vanguardista de crear diseños democráticos, al alcance de todo el mundo había sido reemplazado por la concepción del diseño como uno de los símbolos más importantes de la modernidad, un distintivo de sofisticación y elegancia. I.

Italia había sido uno de los países en los que estos planteamientos tuvieron más auge. Hombres como los hermanos Castiglioni, Vico Magistretti, Marco Zanuso o Joe Colombo proporcionaron diseños neomodernos que le daban un nuevo aire a materiales como el plástico. Elegantes diseños de lámparas, mobiliario de oficinas, máquinas y electrodomésticos se convirtieron en el símbolo de la nueva Italia.

El diseño finlandés también alcanzó grandes éxitos en la obra de diseñadores que obtuvieron fama internacional. En Francia ocurría algo similar con Pierre Paulin, Oliver Mourgue y otros que crearon muebles innovadores.

El optimismo presente en estos países era obra del consumismo que trajo la posguerra. Los ideales de diseño anteriores a la guerra revivieron con fuerza y se adaptaron a los nuevos cambios y necesidades de un público que se identificaba con el diseño moderno y veía en él el futuro.

A mediados de los sesenta se produjo un cambio repentino. El surgimiento de consumidores jóvenes, el deseo de diversión y el cambio en el sistema de valores de la juventud, trajo consigo la crisis

de los postulados de racionalidad y funcionalismo.

La estética pop privilegiaba lo desechable, lo temporal y rechazaba lo permanente. El cambio en los hábitos de consumo causó un gran impacto en los principios del diseño, que se volvió hacia la cultura popular.

- Lo desechable
- Lo temporal
- La reacción del público
- Inspiraciones diversas
- Ironía
- Diversión

En los años 60 el mundo del diseño tomó conciencia de que el movimiento moderno estaba en crisis. El desarrollo de la electrónica permitió fabricar piezas tan reducidas que ya no era necesario que el interior se reflejara en el exterior. Los objetos se convirtieron en símbolos del estilo de vida u objetos de moda, cada vez de menor utilidad por lo que la teoría funcionalista perdió todo sentido.

No todos los diseñadores se adaptaron a este cambio, muchos habían sido educados en los ideales del diseño moderno y era difícil abandonar la seguridad y el confort de sus creencias.

Fueron muy pocos los que siguieron este impulso.

Uno de sus precursores fue Ettore Sottsass. Estudió arquitectura en el politécnico de Turín, y abrió un estudio en Milán. Su primer gran trabajo fue para Olivetti que lo contrató como asesor de diseño. A través del mismo y de su práctica privada desarrolló un lenguaje muy particular. Inspirado por sus viajes a Estado Unidos donde conoció el Pop Art, pudo distanciarse de los principios "europeos" y encontrar nuevos ángulos de visión y planteamientos.



Ettore Sottsass -
Máquina de escribir
Valentine, diseñada
para Olivetti

La creencias del movimiento moderno de que el diseño era capaz de cambiar comportamientos, dictar estilos de vida, y apoyar ideologías eran rechazadas absolutamente por Sottsass. Es por esto que realizó diseños donde lo que importaba era la reacción del público frente al objeto de diseño. Se sentía fascinado por la interacción entre el público y los objetos.

Sottsass creía que si existía algún sentido de diseño, éste era dotar a los objetos de una función estimulante.

Sus experimentos personales eran tan radicales que resultaban incomprensibles para la comunidad internacional, que lo consideraban parte de una cultura "alternativa". Durante la década del 60 su fama fue en aumento, tanto en Italia como en el extranjero.



Gaetano Pesce
Up 5 Donna
fabricados por C&B Italia



Gaetano Pesce
Sillones Serie Up
fabricados por C&B Italia

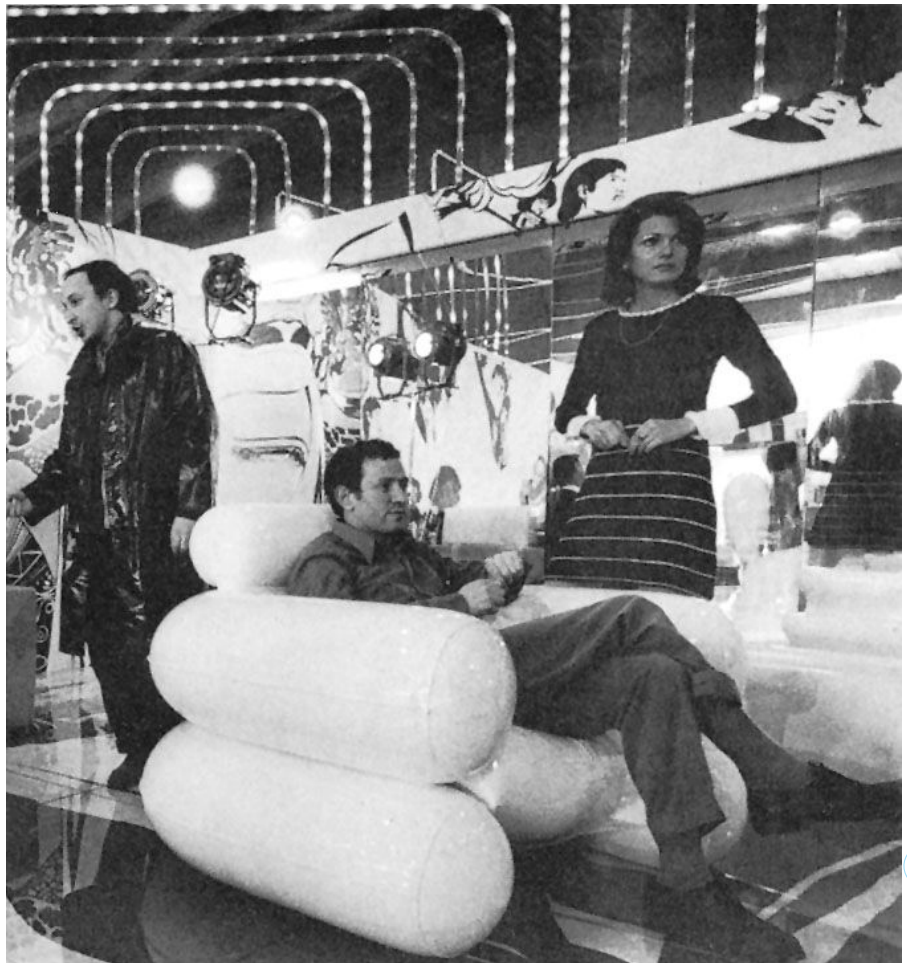


Después de 1966, surgió una nueva generación de arquitectos y diseñadores , que inspirados en la obra de Ettore Sottsass.

El nuevo movimiento se llamó “antidiseño”.

Se caracterizaba por:

- Intento de establecer el diseño en un campo aparte de la arquitectura.
- Búsqueda de lo irónico, desechable, temporal.
- Renacimiento de la decoración.
- Reacción contra el buen gusto.
- Metodología intuitiva y contrarracionalista.
- Abandono de la seguridad y la funcionalidad de los objetos.
- Los objetos son medio de comunicación directa.
- No buscan soluciones sino posibilidades.
- Ornamentos, colores fuertes, texturas definidas.
- Combinaciones poco ortodoxas de materiales.
- Producción en talleres pequeños que realizaban poca cantidad de piezas que se distribuye en galerías y exposiciones.
- Poco interés por la tecnología y la producción industrial seriada.



Stand de Zanotta en la Euro Domus 3

Es por esto que los costos eran muy elevados. Muchas veces se mantenían por publicidad y exposiciones. Sin embargo muchos fabricantes se sumaron a la revuelta y fabricaron muebles antidiseño. La silla inflable Blow, fue producida por ZANotta y diseñada por De pas., DÚrbino y Lomazzi.

El asiento Sacco diseñado por Piero Gatti, Cesare Pailini y Franco Teodoro. Otro diseño emblemático es la línea UP, que diseñó Gaetano Pesce para C&B Italia.



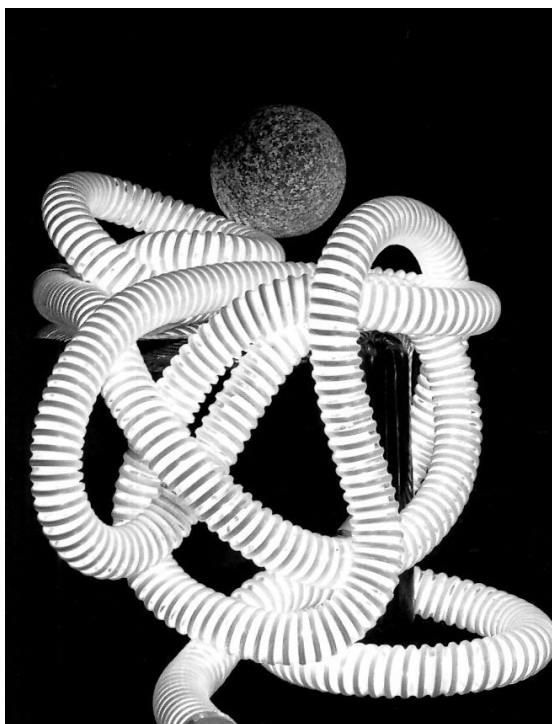
Sacco para Zanotta

Living - Joe Colombo



De Pas, D'Urbino y Lomazzi
Silla Blow fabricada por Zanotta

Boalum
Livio Castiglioni,
Franco Fattini



Serpentone
Cini Boeri



En Inglaterra Mary Quant dominó casi todas las categorías. Abrió un bazar en King's Road que se convirtió en la meca de la moda pop.

El diseño de establecimientos comerciales también se adaptó a las nuevas tendencias. Se crearon espacios públicos y privados según las tendencias pop.



Mary Quant, diseñadora de modas



Peter Murdoch - Silla Spotty
de cartón plastificado

A mediados de la década se formaron grupos como:

-Superstudio, fundado en Florencia en 1966 por Adolfo Natalini, Cristiano Toraldo di Francia, Gian Prieto Frassineli, Alessandro Magris, Roberto Magris y Alessandro Poli.

-Archizoom, fundado en Florencia en 1966, formada por Andrea Branzi, Gilberto Correti, Paolo Deganello, Massimo Morozzi, Dario Bartolini y Lucia Bartolini.

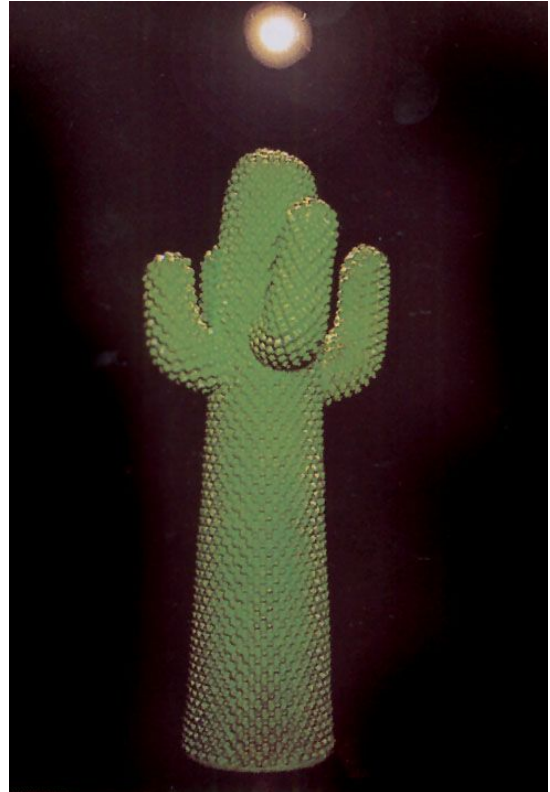
-Grupo Strum, en Turín, 1966

-Grupo 9999, de Florencia 1966

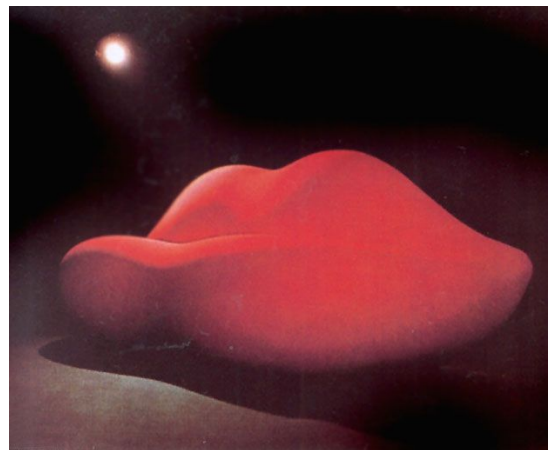
-Studio 65, 1971

Preferían trabajar en forma colectiva realizando diseños radicales y entornos innovadores.

Las exposiciones de sus muebles y objetos de cerámica inspirados en la cultura pop y el misticismo indio resultaban motivadores para una nueva generación de creadores que rechazaban el vanguardismo anterior. El nuevo movimiento se llamó antidiseño porque utilizaba todos los valores que el movimiento moderno despreciaba: lo efímero, la ironía y el kistch .

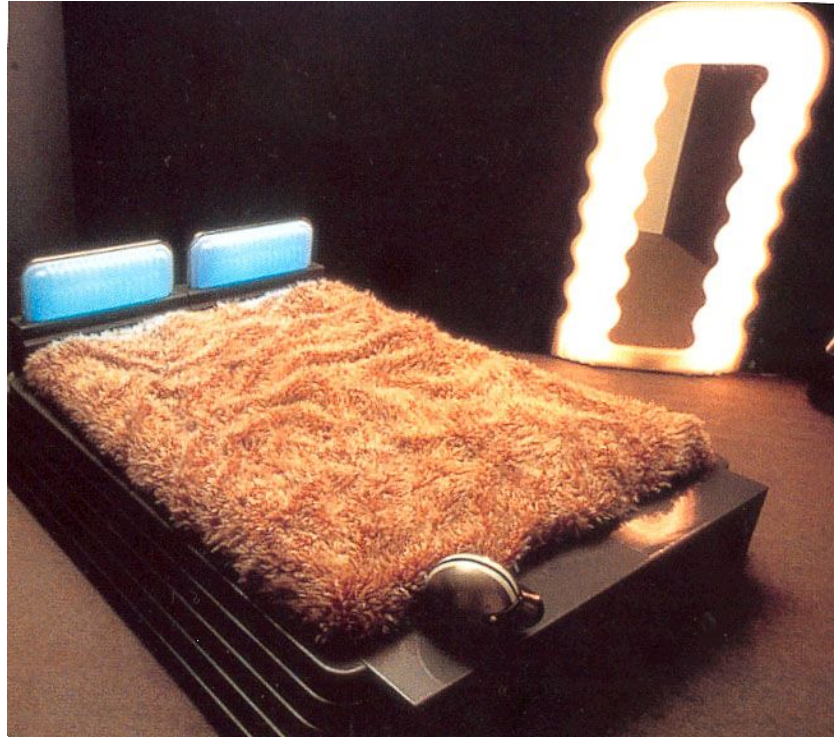


Cactus, perchero
Guido Drocco Studio 65



Bocca, sofá
Studio 65

Ettore Sottsass - Espejo
Ultrafragola diseñado para
Potronova



En 1976 Ettore Sottsass ingresó en el Grupo Alchimia de Milán. Él junto a Alessandro Mendini y Andrea Branzi eran un grupo de diseñadores radicales que rechazaban los principios de la Bauhaus, se distanciaban del concepto de buen diseño y apostaban a creaciones anárquicas e inteligentes, mostradas en una exposición que se llamó irónicamente "Bau.Haus". Sottsass utilizaba el diseño para realizar una crítica social.



Alejandro Mendini
Re Desing Marcel Brauer, silla para Wassily Kandinsky
Studio Alchimia

Alejandro Mendini
Bauhaus Collection
Studio Alchimia



Alejandro Mendini
Re Design Thonet
Studio Alchimia

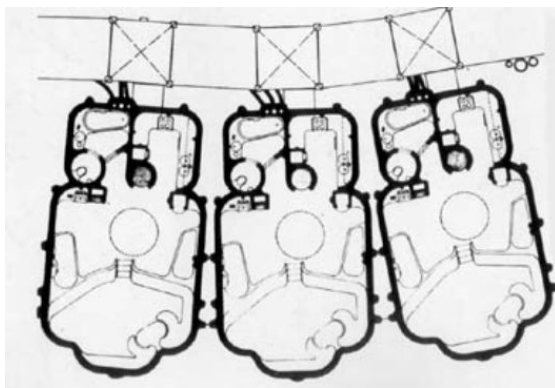


● ARCHIGRAM

El equipo de arquitectos de Archigram fue el encargado de pasar los ideales pop en el terreno de la arquitectura, al menos en lo teórico y en proyectos utópicos.

Ellos y muchos urbanistas y arquitectos de los sesenta creían en transformar las ciudades tradicionales en grandes visiones que respondieran al nuevo modo de vida.

Archigram fue creado en 1961 por un grupo de arquitectos británicos Warren Chalk, Peter Cook, Dennis Crompton, David Greene, Ron Herron y Mike Web. Ellos produjeron una rama de la arquitectura alternativa basada en dibujos y collages.



Plug In city
Módulos Intercambiables

La visión de la tecnología de archigram, enmarcaba la cultura de masa, modernizaron el amor de los modernistas por las máquinas, con una fascinación por los robots.

Para Archigram el objeto de la arquitectura es el resultado de una necesidad básica, desarrollada a través de una idea central y una lista de prioridades.

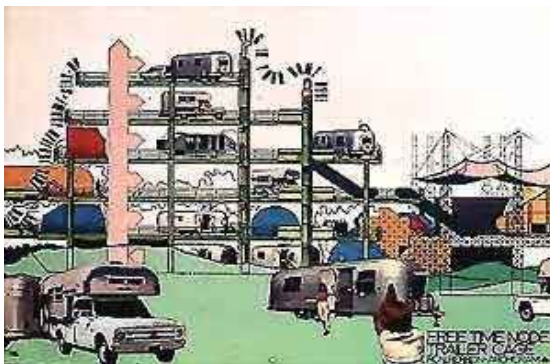
El hombre debe proyectarse a sí mismo hacia un modo de vida que le otorgue reales posibilidades de elección al consumidor.

Tiene real interés por la gente y por la manera en que pueden ser liberadas las restricciones impuestas.

Dentro de sus ideas básicas encontramos el crecimiento, cambio, metamorfosis, antizonoficación, desechabilidad.

Se identificaban con el espíritu instintivo de las historietas espaciales y de ciencia ficción.

Dentro de sus proyectos encontramos The Plug-in City que arrastra megaestructuras, gigantescos esqueletos que se instalan en cualquier tipo de terreno montado en una red estructural en gran escala, con vías de acceso y servicios esenciales. Las unidades que cubren estas necesidades son atendidas mediante grúas instaladas en lo alto de la estructura.



Drive In Housing



Walking City

En la Walking City New York, Ron Heron introduce la idea de la movilidad, cuarenta edificios antropomorfos equipados con patas telescópicas se mueven a lo largo del paisaje.



Cushicle

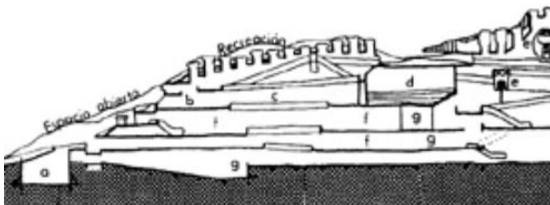
La casa es algo así como una mochila portátil, la que de acuerdo con dispositivos inflables y un esqueleto metálico puede transformarse de acuerdo a las necesidades, de andar, sentarse, descansar, además de poseer un ambiente controlado y cargar las provisiones necesarias para la supervivencia de su habitante.

Realizan un proyecto llamado Inflatable Suit-Home donde no se distinguía entre el cuerpo, la ropa y el resguardo. Es un proyecto de un nómada moderno que tiene un traje inflexible que contiene comida, agua, radio y una mini televisión.

Otro de sus proyectos es la Ciudad Instantánea donde los edificios son considerados eventos, el interés por los conciertos y festivales de rock hacía que se levantaran escenarios instantáneos y se proyectaran pantallas, sistemas audio visuales, de forma de hologramas.

Terminando los años 60 la desilusión por la guerra de Vietnam y el auge del movimiento ecológico hizo que David Green realizara uno de los últimos proyectos que consistía en la Ciudad enterrada, un cibernético bosque donde se ve un tradicional jardín inglés y donde los vestigios de edificios tradicionales han sido reemplazados por cadenas invisibles de información.

Los proyectos utópicos de Archigram influenciaron en las megaestructuras de los Metabolistas Japoneses y en arquitectos del High Tech como Norman Foster, renzo plano y Richard Rogers.



Ciudad enterrada



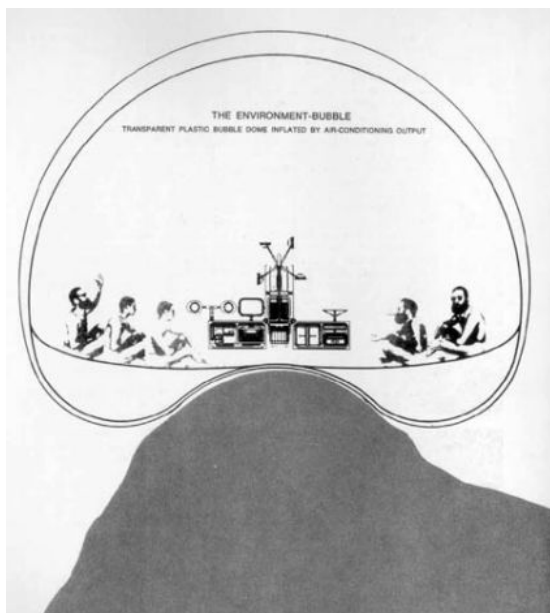
Ciudad enterrada



Proyectos utópicos de Archigram



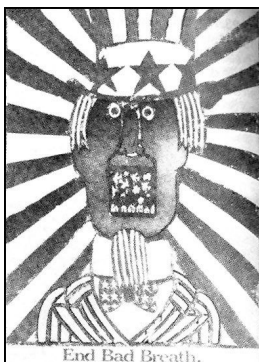
Portada del Número 4 de la Revista de Archigram



Burbuja envolvente



John Mc Connell - Logotipo de la tienda Biba



Seymour Chwast - Cartel contra la guerra de Vietnam

● Influencias del pop en el diseño gráfico

En el área de la gráfica ocurrían cosas similares. La ilustración narrativa tradicional no satisfacía las necesidades de la época, los artistas gráficos del modernismo pictórico surgidos después de la Segunda Guerra Mundial, el desarrollo de la imagen ya no sólo informática y narrativa fue reemplazada por una que expresaba ideas y conceptos. Así, en la segunda mitad del siglo XX, las artes visuales quedaron a disposición del artista gráfico que usaba las posibilidades que inspiraron el cubismo, en sus configuraciones espaciales, el surrealismo, con sus yuxtaposiciones, las dislocaciones y los cambios de escala, el fauvismo y el expresionismo, con el uso del color, y también la renovación de imágenes masivas publicitarias del arte popular.

La creación de imágenes conceptuales llegó a ser significativa en Estados Unidos, lugares de Europa como Polonia, Alemania, Italia y en Cuba.

En la década del 50 cuando las ilustraciones "gruesas" prevalecían, la edad de oro de la ilustración americana estaba llegando a su fin. Durante la primera mitad del siglo la habilidad para exagerar el valor del contraste, intensificar el color y hacer imágenes detalladas se buscaba para contrarrestar la pérdida de calidad en la reproducción. Pero ahora los adelantos en técnicas y materiales permitían mayor fidelidad de la imagen.

El uso de la imagen conceptual comenzó con grupos de jóvenes artistas gráficos de Nueva York.

Entre ellos Milton Glaser, Seymour Chwast, quienes crearon The Push Pin Almanac, que incorporaban libremente multiplicidad de influencias y combinaron recursos inesperados. Otros diseñadores que también participaron del Grupo Push Pin fueron Barry Zaid, Paul Davis, Mc Mullan.

La escuela del Push Pin presentó una alternativa a la densa ilustración del pasado, la orientación matemática y objetiva, tipográfica y fotográfica del Estilo Tipográfico Internacional y a la escuela de New York. Realizaron diseños desvergonzados, con una vitalidad cálida y amistosa, y un exuberante uso del color.

El grupo no mantuvo el monopolio de la imagen conceptual, otros, en forma independiente también realizaron importantes trabajos. El uso de la imagen conceptual se usó especialmente como guía del diseño de álbumes musicales. El furor de los carteles durante los años 60, en Estados Unidos fue un movimiento popular fomentado



Seymour Chwast - Portada para el Push Pin Graphic



Wes Wilson - Cartel para Búfalo de Springfield, concierto de una banda de blues

por el activismo social. Como ya vimos, el movimiento por los derechos civiles, la protesta pública por la guerra de Vietnam, el movimiento de liberación de la mujer y la búsqueda de alternativas en los estilos de vida figuraban en los revueltos sociales de la época.

El movimiento de los gráficos que expresaban la cultura hippie se inspiró en varios recursos: las fluidas y sinuosas curvas del Art Nouveau, la vibración óptica del color asociada al arte óptico de la época y al reciclaje de imágenes de la cultura popular empleando de ella los elevados contrastes, los cambios escalares, el lenguaje de comic.

En gran medida la mayoría de los primeros artistas de este movimiento aprendieron por sí mismos, y sus principales clientes eran los bailes y conciertos de rock and roll. Éstos bailes que eran experiencias intensas de música, escuchada a alto volumen, y que producían altas vibraciones, eran expresadas gráficamente en carteles que utilizaban formas turbulentas y letras torcidas y curvadas, casi ilegibles. Creando lo que conocemos como Psicodelia.

Wes Wilson fue el primer innovador de este estilo y creó muchas de las imágenes más fuertes, otros que puedo nombrar son Kelly-Mouse y Víctor Moscoso.

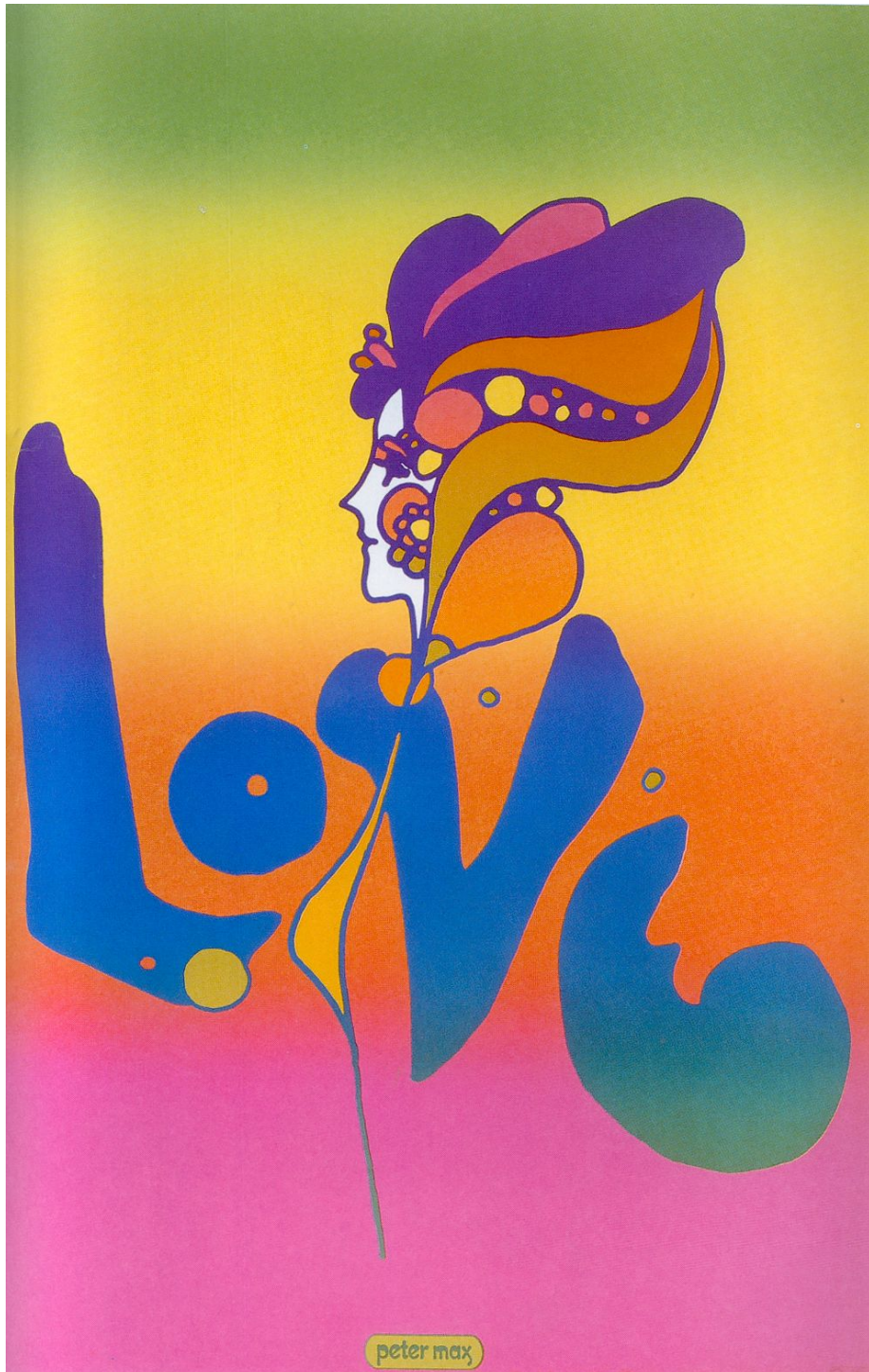
Algunos aspectos del movimiento psicodélico en los carteles fueron utilizados por Peter Max, de Nueva York. Quien creó una serie de carteles psicodélicos con una imagen más accesible y menos estridente. Su cartel más conocido es Amor del año 1970.

Así fue como influyó en la gráfica el pop, resultando desestructurante en comparación con lo que se venía realizando.



The fool - A is for Aple

Así como el arte pop se inspiró en los símbolos de la cultura de masas y de los medios masivos de publicidad, éstos utilizaron los recursos del pop para realizar carteles con alto impacto visual.



Peter Max - Cartel Amor



Victor Moscoso -
Cartel del Hermano Grande



● EL POSMODERNISMO

En la década del 70 el antidiseño se había extendido internacionalmente. El posmodernismo mantiene los valores de la revolución pop, donde se abren a la cultura popular, reviven estilos del pasado y crean diseños eclécticos en lo que lo importante era la reacción del consumidor, el color, los motivos y la textura.



En 1980 Ettore Sottsass fundó el Grupo Memphis, junto a un grupo de amigos y colegas entre los que figuraba Michele de Lucchi, George Sowden, Nathalie du Pasquier, Marco Zanini y Aldo Cibic. Los diseños posmodernos del grupo se inspiraban en fuentes tan diversas como la arquitectura clásica o el kitsch de los años 50 y proponían formas poco convencionales, plásticos y colores intensos. Sin embargo el grupo Memphis evitaba calificarse de posmodernos ya que preferían el término "New International Style".



El grupo era esencialmente optimista y apostaba al futuro. Proponía un estilo basado en lo provocativo, en la ironía y el detrimento de la funcionalidad.

La ausencia de equilibrio juega con el efecto inequívoco de los centros de gravedad. Resultado de ello son lámparas extravagantes o estanterías con estantes oblicuos. Los objetos se cargan de semánticas que no le son propias, sillas que no parecen sillas, mesas multiuso, etc.

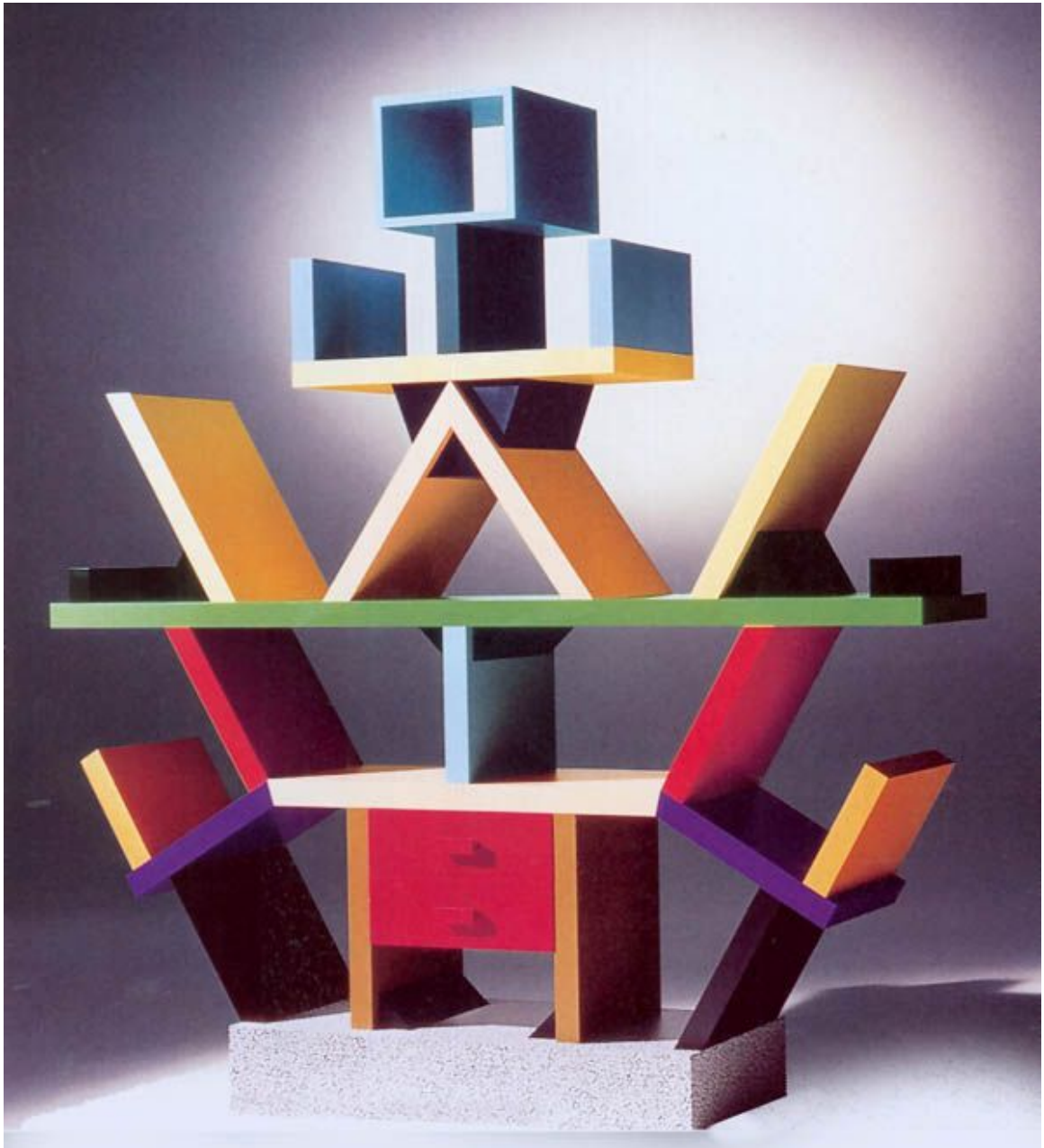
El grupo Memphis estaba integrado por Brugolo, propietario de una carpintería y los hermanos Godani, dueños de un show room.

En 1981 realiza una exposición con 55 piezas (31 muebles, 3 relojes, 10 lámparas y 11 cerámicas) A la misma asisten más de 2500 personas.

En este período se forma una sociedad donde Artemide, Gismondi, se encargan de distribuir los objetos Memphis en el mercado internacional.



Super



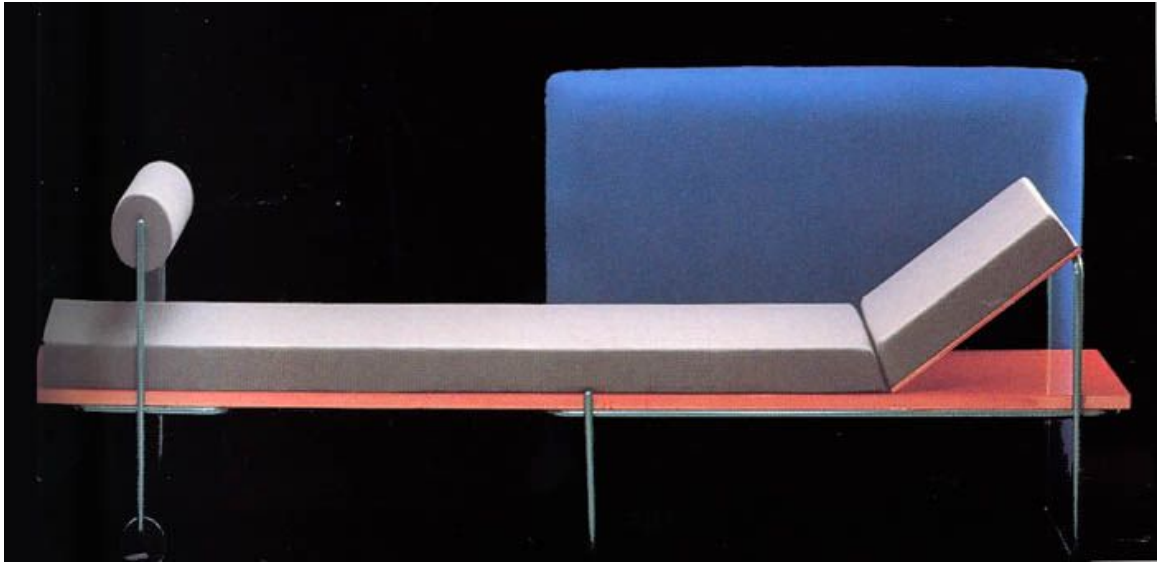
Carlton

En los 80 la empresa Alessi llama a Mendini como consultor, ya que la empresa requiere diversificar los productos.

Mendini propone un proyecto llamado P6 en donde se invita a los más notables arquitectos y diseñadores a proyectar servicios de té y café.

El P6 fue una gran operación de imagen y la búsqueda de libertad en el lenguaje. El resultado fue muy bueno, la publicidad, el crecimiento de la imagen, las finanzas y los resultados de los trabajos fueron muy elevados. Generó nuevas ideas, estimuló tendencias indicando posibilidades de explorar en nuevos campos.

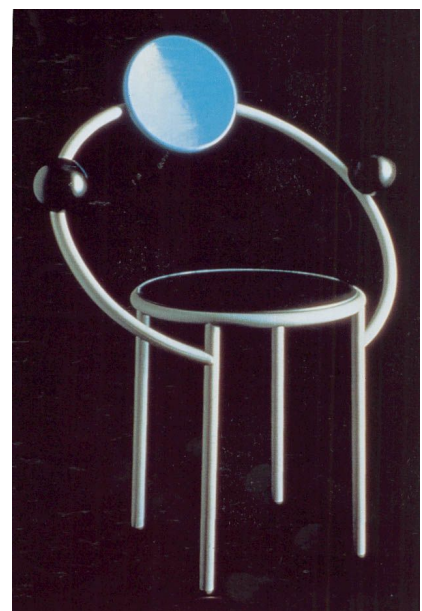
Desde entonces el movimiento posmoderno ha tenido defensores y gente en contra, lo más importante es que se abrieron nuevos puntos de vista y otras alternativas de diseño.



Century



Tawaraya



First

A continuación se muestran algunos productos de diseñadores postmodernos de Europa y Japón.

Todos tiene características en común: el empleo del color, las texturas, formas no convencionales y libres. Son diseños alegres, divertidos e irónicos que combinan diferentes materiales.

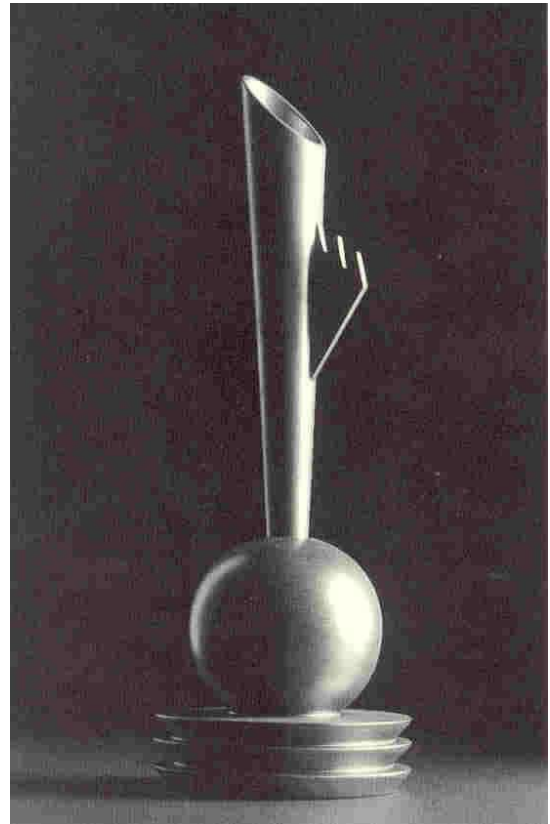
POSTMODERNOS EUROPEOS



Du Pasquier



Bedin



Nanetti



Rossi para Alessi



Evasioni



Zanini



Itebos



Palterer



Du Pasquier



Rosenthal

POSMODERNOS JAPONESES



Kita Ontaro



Auchida

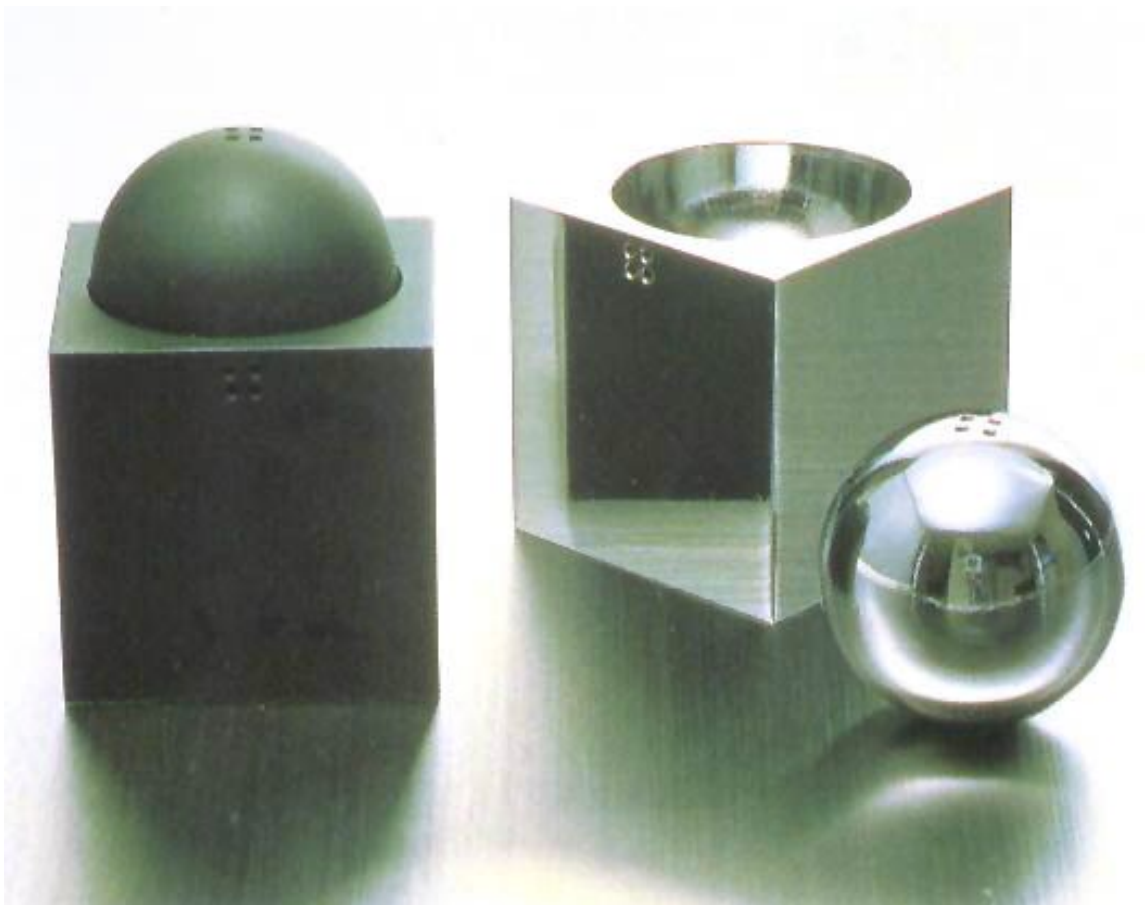


Morita



Morita

Kuramata





CONCLUSIÓN

Las décadas del 50 y del 60 resultaron evidentemente revolucionarias. Tanto en lo social y cultural como en el arte y el diseño. Los principios que estaban establecidos de orden, razón y de esperanza por que la ciencia y la técnica llevaran al progreso fueron cuestionados y entraron en una profunda crisis. Hubo un cambio en la escala de valores.

En todos los ámbitos hubieron reacciones y se expresaron de maneras diferentes. En el arte a través del POP ART, que con ironía utilizó lo impensable elevándolo a arte y dándole significados. En el diseño de productos el ANTIMODERNISMO, en el que importó la reacción del público y no la función de la pieza, dando fuerza a lo desechable y desestructurando los rígidos principios del modernismo anterior. En gráfica sucedió lo mismo, hubo una inyección de creatividad y de libertad. Se afianzó el concepto y la idea, dando un mayor grado de expresividad a las imágenes.

Los años ochenta se conocen como la década del diseño gracias al boom consumista que se produjo durante esos años. El término diseño se aplicó a todos los ámbitos. Esto sirvió para que los diseñadores adquiriesen mayor popularidad.

A medida que los diseñadores lograban mejor posición el diseño comenzó a relacionarse cada vez más con el marketing y la publicidad. Cuando la etapa de euforia pasó, en los noventa los diseñadores tuvieron que luchar por desvanecer la imagen superficial de la década anterior.

Desde los sesenta no es posible retornar a la idea de un mundo totalmente regido por las leyes de la razón.

La revolución en el pensamiento surgida a mediados del siglo XX cambió todo para siempre.

Empezaron a existir nuevos planteamientos, nuevos puntos de vista. El pop en todos sus ámbitos fue una de las primeras expresiones de lo que luego llamamos posmodernismo. Todo lo que se desarrolló en esta época tiene aún hoy consecuencias políticas, sociales y culturales.

El efecto liberador del cambio producido en los años sesenta hizo que los diseñadores no se sientan obligados a trabajar siguiendo pautas del movimiento moderno, pues poseían una serie de alternativas. Al no haber ninguna tendencia dominante cada diseñador elige la que más le conviene.

Y actualmente un diseñador cuenta con los conocimientos para establecer estrategias de acuerdo a las necesidades de comunicación de cada caso particular.

BIBLIOGRAFÍA

El Pop Art

Oscar Masotta - Editorial Columba

Sixties Design

Philippe Garner - Editorial Taschen

Italian Design

Holtmann - Editorial Taschen

El Pop Art

Lucy R. Lippard - Ediciones Destino

El Arte Pop

Simon Wilson - Editorial Labor S.A.

Medios Masivos e Historia del Arte

Juan Antonio Ramírez - Cuadernos Arte Cátedra

El Diseño de Interiores en el Siglo XX

Anne Massey - Ediciones Destino

Breve Historia del Mueble

Edward Lucie-Smith - Ediciones Destino

Moda. El Siglo de los Diseñadores.

Könemann

La Historia del Arte

E. H. Gombrich - Editorial Sudamericana

El Diseño en el Siglo XX. Los Pioneros del Siglo

Penny Sparke - Editorial La Isla

Historia del Diseño Gráfico

Philip B. Meggs - Editorial Trillas

Historia de la Pintura

Wendy Beckett - Editorial La Isla

Crítica a la Modernidad

Alain Tourine

Arte del Siglo XX

Tomo 1

Enciclopedia Salvat

Enciclopedia Encarta

Microsoft 2001